



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFECIONAL DE TURISMO Y NEGOCIOS

Tesis para Optar el Título Profesional de Licenciadas en Turismo y Negocios; denominada:

PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE MARKETING TURÍSTICO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES EN LA CIUDAD DE MONSEFÚ

AUTORES:

BACH. PALACIOS CHANCAFE ADRIANA RUTH

BACH. SEGURA VEGA JOHANNA MARICELA

ASESOR:

LIC. ULISES PONTE LÓPEZ

PIMENTEL – PERÚ

2015

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene por objeto determinar la manera que se propondrán estrategias de marketing turístico para los productos textiles en la ciudad de Monsefú, como una propuesta para comercializar dichos productos, a través de una investigación de tipo descriptiva- proyectiva.

Para tal efecto se utilizaron encuestas y entrevistas aplicadas a los artesanos de la ciudad de Monsefú, y a los representantes de las asociaciones de artesanos, cuyo instrumento de recolección de datos fue el cuestionario, que consistió en preguntas cerradas para la encuesta y preguntas abiertas para la entrevista.

El trabajo de investigación permitió elaborar una propuesta de estrategias de cómo comercializar sus productos, la cual se desarrolla a través de estrategias de precio, distribución, producto y promoción

La presente investigación se basa en una propuesta original e innovadora para las asociaciones de artesanos, que busca recrear un espacio de promoción para que los visitantes regionales y nacionales puedan desarrollar actividades turísticas de integración y aprendizaje sociocultural.

ABSTRACT

This research aims to determine how tourism marketing strategies for textile products will be proposed in the city of Monsefú, as a proposal for such products, through an investigation of projective type descriptively.

To this end surveys and interviews applied to the artisans city Monsefú, and representatives of associations of artisans were used, the data collection instrument was a questionnaire consisting of closed questions for the survey and open questions for interview.

The research allowed to develop a proposal for strategies on how to market their products, which are developed through pricing strategies, distribution and promotion product

This research is based on an original and innovative proposal for the associations of craftsmen, which seeks to recreate a space advocacy for regional and national visitors to develop tourist activities and socio-cultural integration learning.